

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И
ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ
КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ
НОСИТЕЛЯХ**

Специальность: 42.02.01 Реклама

2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 27 октября 2023 г. №798.

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Бирский кооперативный техникум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ
СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»**

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1	<i>Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</i>
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); – поиска и подбора оригинального нейма и слогана; – определения оригинальной идеи для рекламной кампании; – подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; – оформления текстовых и графических документов; – оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; – создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – использовать поисковые системы интернета – использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; – определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; – доводить информацию заказчика до ЦА; – использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; – использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; – конвертировать файлы в нужные форматы; – использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; – размещать рекламные материалы в социальных медиа; – подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; – представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; – обеспечивать качественное функционирование сайта; – писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; – создавать графические материалы рекламного характера; – находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; – разрабатывать концепт дизайнера и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;

	<ul style="list-style-type: none"> – составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; – создавать оригинальные, современные по стилю сайты; – разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; – использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; – повышать информационную наглядность сайтов; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; – отраслевую терминологию; – требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; – важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; – Программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; – возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; – виды сайтов, их возможности и варианты применения; – требования к качественному функционированию сайтов; – технические средства создания визуального контента; – возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; – структуру брифа и требования к нему; – важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 430 часов,

в том числе в форме практической подготовки 298 часов.

Из них на освоение МДК 244 часов

в том числе самостоятельная работа -10

практики, в том числе учебная 72 часа

производственная 108 часов

Промежуточная аттестация -18

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.							
				Все го	Обучение по МДК				Практики		
					В том числе				Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа				
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	
ПК.4.1, ПК.4.2, ОК 01, ОК 02, ОК04, ОК 09	МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений	116		112	48	20	4	6			
ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	128		122	70	X	6		6	72	
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	Производственная практика, часов <i>(если предусмотрена итоговая (концентрированная практика))</i>	108								108	
	Промежуточная аттестация	6						6			
	Всего:	430		234	118	20	10	18	72	108	

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		112/48/20
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		20/10
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	10
	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	
	2. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.	
	3. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.	
	4. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.	
	5. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	14
	Практическое занятие 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	4
Практическое занятие 2. Формирование системы корпоративной идентичности	3	
Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1		2
Раздел 2. Рекламное проектирование		36/20
Тема 2.1. Рекламное проектирование	Содержание учебного материала	6
	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	2. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.	
	3. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	

	4. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	12
	Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	4
	Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста	4
	Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	4
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	6
	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	2. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.	
	3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM	6
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала	4
	1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	
	2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
		Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2¹		1
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		14/10
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
		Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Виды транзитной рекламы	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
		Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3		1
Экзамен по модулю		6
Курсовой проект (работа) (для специальности если предусмотрено)		

¹ Тематика самостоятельной работы может приводиться по выбору разработчиков по разделу или по теме, при условии необходимости выделения части нагрузки для самостоятельного освоения, если такие виды работ не являются обязательными, самостоятельные работы не указываются.

<p>Тематика курсовых работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств. 2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях. 3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.). 4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля. 5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля. 6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта. 7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде. 8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента. 9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции. 10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения. 11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании. 12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки. 13. Разработка рекламного комплекса для предприятия. 14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории. 15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия. 16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде. 17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов. 18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации. 19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции. 20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия. 21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде. 22. Продвижение посредством таргетированной рекламы. 23. Продвижение посредством контекстной рекламы. 24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании. 25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. 26. Креативная концепция для создания рекламной кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции. 	
<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) <i>(если предусмотрено, указать тематику и(или) назначение, вид (форму) организации учебной деятельности)</i></p>	<p>20</p>

<ol style="list-style-type: none"> 1. Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы. 2. Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью. 3. Работа над теоретической частью. 4. Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений. 5. Разработка эскизов графической части курсовой работы. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности. 8. Работа над заключительной частью. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы. 	
<p>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовой работой</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование выполнения курсовой работы. 2. Определение цели и задач работы. 3. Подбор и изучение литературных источников. 4. Проведение предпроектного исследования. 5. Определение ключевых рекламных решений. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Предварительная оценка эффективности. 8. Вычитка текста, работа над ошибками. 9. Создание презентации. 10. Подготовка речи для защиты курсовой работы. 	*
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение ситуационного анализа 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 	72
<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Сдача проекта заказчику 	108
<p>МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p>	122/70

Раздел 1. Основы компьютерной графики		38/22
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	8
	1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	
	2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).	
	3. Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом	
	4. Создание текстурных векторных кистей	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие №1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2
	Практическое занятие №2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	2
	Практическое занятие №3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2
	Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката	2
Практическое занятие №5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2	
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Содержание учебного материала	8
	1. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	
	2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	
	3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	
	4. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие №6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2
	Практическое занятие №7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2
	Практическое занятие №8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»	2
	Практическое занятие №9. Обработка фотографий в программе растровой графики	2
Практическое занятие №10. Размещение объектов с учётом перспективы	2	
Практическое занятие №11. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1		2
Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем).		
<ul style="list-style-type: none"> – Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. – Специальные эффекты в векторной среде. – Цветовая-тоновая коррекция фотографий. 		

– Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.		
Учебная практика Виды работ 1. Использование типографики в графическом дизайне. 2. Создание информационного плаката. 3. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 4. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.		
Производственная практика раздела 1 Виды работ 1. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 2. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты		
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.		18/12
Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фотогравирования.	Содержание учебного материала	3
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие №1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2
	Практическое занятие №2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2
Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	3
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №3. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	4
	Практическое занятие №4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	4
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2		2

<ol style="list-style-type: none"> 1. Пробная фотосессия предметов. 2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом. 3. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам. 4. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем. 		
Учебная практика раздела 1 Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 2. Определение задач учебной практики. 3. Техника безопасности. 4. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 5. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 6. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 7. Проведение фотосъёмки. 8. Промежуточный анализ отснятого материала. 9. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 10. Зачёт 		
Производственная практика раздела 1 (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики) Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции: <ul style="list-style-type: none"> – выбор художественной формы реализации рекламной идеи; – создание визуального образа с рекламными функциями; – художественное конструирование рекламных продуктов по заданию. 		
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		21/12
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	3
	1. Осуществление поиск рекламных идей.	
	2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие №5. Разработка авторского рекламного проекта.	3
Практическое занятие №6. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	3	
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	6
	1. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств	
	2. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	

	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие №7. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	3
	Практическое занятие №8. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	3
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. 2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. 3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта. 	2
Учебная практика раздела № 3		
Виды работ		
Формирование положительного имиджа бренда или персоны.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение задач учебной практики. 2. Техника безопасности. 3. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; 4. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъемки. 5. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 6. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 7. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 8. Тестовые съемки натуры для рекламной фотосессии. 9. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 10. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 11. Защита проекта. 		
Производственная практика раздела 3		
Виды работ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 2. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 3. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 4. Анализ рекламной деятельности предприятия. 5. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 6. Технология организации и проведения фотосопровождения. 7. Финишные визуальные работы. 		

Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		39/24
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	Содержание учебного материала	5
	1. Логлайн. Синописис.	
	2. Сценарий. Раскадровка.	
	3. Трехактная структура повествования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2
	Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	2
Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	4	
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	3
	1.Тритмент. Структура. Наполнение.	
	2. Референсы.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8
	Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	4
	Практическое занятие №5. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов	2
	Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2
Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Содержание учебного материала	7
	1. Основные принципы композиции кадра.	
	2. 10 принципов монтажа.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	4
Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	4	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 4		
Учебная практика <i>раздела №</i>		
Виды работ		
1.		
Производственная практика <i>раздела №</i> (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)		
Виды работ		
1.		
Всего		430

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «цифровых коммуникационных технологий», «компьютерной графики», «видеостудия», «фотостудия» в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2022. - 288 с.
2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2023. - 312 с.
3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2023. - 256 с.
4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2023. - 637 с.
5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2022. - 138 с.
6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.
7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2023. - 252 с.
8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.
9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2023. - 277 с.
10. Келби С., Цифровая фотография.Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт-Петербург; Киев., 2023.
11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2023.
12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2023. - 204 с.
13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2023. - 662с.
14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 270 с.

15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2022. - 743 с.
16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.
17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.
18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2023. – 383с.
19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2023. - 320 с.
20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2022. - 285 с.
21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2023. - 851 с.
22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.
23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2022. - 378 с.
24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2023. - 634 с.
25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2022. - 304 с.
26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2022. - 774 с.
27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2023.
28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2022.
29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2023.
30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2023.

3.2.3. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/ost/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт «Advertising.ru»: <http://www.advertising.ru>
9. Сайт «Advertology.ru»: www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. [Просты фокусы](http://Просты_фокусы) — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. [Основы фотографии](http://Основы_фотографии) от онлайн-фотошколы.

15. Раздел «[Культпросвет](#)» на сайте [Photograher.ru](#) — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте [Russian Photo](#).
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на [сайте журнала «Фотоиндустрия»](#).
18. Вдохновляющие советы на сайте [Photomotion.ru](#).
19. Уроки от [Prophotos](#).
20. Советы от [Digital Camera World](#).
21. [MorgueFile Classroom](#) — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
22. [Phonetnet learning](#) — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. [Photomanual](#) — доступно о фотографии.
24. [BAMP](#) — уроки по мобильной фотографии
25. [Библиотека книг по фотографии](#).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; 	Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе 	<p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 06	<ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p>

		<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области. 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.1	<ul style="list-style-type: none"> - использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе</p>

		проведения производственной практики.
ПК 4.2	<ul style="list-style-type: none"> - художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: <ul style="list-style-type: none"> - актуальность; степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>